

2022年4月5日 全8頁

## Indicators Update

## 2022年2月消費統計

まん延防止等重点措置や大雪の影響で落ち込むも、今後は回復が本格化

経済調査部 エコノミスト 鈴木 雄太郎  
エコノミスト 中村 華奈子

## [要約]

- 2022年2月の家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲2.8%と2カ月連続で減少した。まん延防止等重点措置（以下、まん延防止）の適用に加え、大雪などの天候要因も押し下げに寄与した。
- 実質消費支出を財・サービス別に見ると、非耐久財、サービスが前月から増加したものの、耐久財、半耐久財が全体を押し下げた。耐久財は前月の大幅増からの反動もあるが、自動車や家電が押し下げた。サービスでは鉄道、航空運賃などが減少したものの、国内パック旅行費や教育関連が増加した。
- 3月の消費は2月から増加したとみている。ただし、13県に対するまん延防止が3月6日をもって解除されたものの、地方圏が中心であったため、回復は緩やかなものにとどまるとみられる。まん延防止が全国で解除された3月下旬以降は、これまで自粛傾向にあった県をまたぐ移動なども回復に向かい、宿泊や外食関連の消費も持ち直すことが期待される。

図表1：各種消費指標の概況（単位：％）

		2021年 10月	11月	12月	2022年 1月	2月			
需要側	実質消費支出（家計調査）	前年比	▲ 0.6	▲ 1.3	▲ 0.2	6.9	1.1	総務省、二人以上世帯	
		前月比	3.9	▲ 0.9	0.2	▲ 1.2	▲ 2.8		
	実質消費支出（CTIミクロ）	前年比	▲ 3.3	▲ 1.2	▲ 0.8	4.3	0.2		総務省、二人以上世帯
		前月比	0.3	1.0	▲ 0.8	▲ 1.6	▲ 1.7		
供給側	小売販売額	前年比	0.9	1.9	1.2	1.1	▲ 0.8	経済産業省	
		前月比	0.7	0.7	▲ 0.4	▲ 0.9	▲ 0.8		
	百貨店売上高	前年比	2.9	8.1	8.8	15.6	▲ 0.7		日本百貨店協会
	コンビニエンスストア売上高	前年比	▲ 1.1	▲ 1.7	3.2	2.1	▲ 0.2		日本フランチャイズチェーン協会
	スーパー売上高	前年比	3.7	2.8	1.7	4.0	6.1		日本チェーンストア協会
	外食売上高	前年比	▲ 0.5	▲ 0.2	9.5	12.2	4.8		日本フードサービス協会
	旅行取扱高	前年比	▲ 22.1	▲ 13.7	31.6	137.6	-		観光庁
需要側 +供給側	実質消費（CTIマクロ）	前年比	▲ 0.6	1.1	1.3	3.1	1.4	総務省	
		前月比	1.4	1.3	▲ 0.3	▲ 1.0	▲ 0.4		

(注) 百貨店売上高、コンビニエンスストア売上高、スーパー売上高の前年比は店舗数調整後。

(出所) 各種統計より大和総研作成

## <2月の消費総括>まん延防止、大雪の影響で前月から減少

2022年2月の消費は需要側・供給側いずれも1月から減少した。2月は新型コロナウイルスのオミクロン株の急速な感染拡大により、最大で36都道府県にまん延防止等重点措置（以下、まん延防止）が適用されていたことに加え、日本各地で発生した大雪などの天候要因も減少に寄与した。

家計調査における二人以上世帯の実質消費支出は前月比▲2.8%と2カ月連続で減少した。住居など振れの大きい項目が押し下げており、除く住居等で見ると、同+0.5%と小幅に増加した。複数の統計で補正したCTIミクロで見ると同▲1.7%と3カ月連続で減少した。供給側統計である商業動態統計（名目小売販売額：同▲0.8%）も3カ月連続で減少した。

## <家計調査（需要側）>選択的消費が大きく落ち込む

2022年2月の家計調査を費目別に見ると、10大費目中5費目が前月から減少した<sup>1</sup>。とりわけ「交通・通信」（前月比▲25.0%）、「住居」（同▲14.5%）、「家具・家事用品」（同▲8.3%）などが全体を押し下げた。「交通・通信」では自動車購入が減少した。2月の新車販売台数は同▲6.5%（大和総研による季節調整値）と生産調整の影響を受けて減少しており、この結果とも整合的だ。また、移動が自粛されたことを受け、鉄道運賃や航空運賃も大幅に減少した。「家具・家事用品」では電気冷蔵庫や炊事用電気器具などの白物家電が押し下げた。これらの品目は1月に大幅に増加しており、その反動とみられる。経済産業省が公表するPOSデータ（METI POS小売販売額指標[ミクロ]）などを確認すると、3月の家電量販店におけるこれらの売上は持ち直しており、減少は一時的なものだろう。

図表2：実質消費支出（費目別）の前月比変化率

前月比、%	2021/7	2021/8	2021/9	2021/10	2021/11	2021/12	2022/1	2022/2	シェア (%)
消費支出	▲1.7	▲3.0	4.3	3.9	▲0.9	0.2	▲1.2	▲2.8	100.0
食料	0.0	▲4.8	4.8	0.5	▲0.2	▲0.1	▲1.7	▲0.6	28.5
住居	▲6.3	6.7	1.2	▲8.7	▲7.8	20.6	4.9	▲14.5	6.6
光熱・水道	▲0.9	▲1.1	0.5	▲0.2	0.3	▲2.8	1.5	4.2	7.7
家具・家事用品	▲4.3	5.5	▲7.1	2.9	▲1.1	▲6.8	16.4	▲8.3	4.3
被服及び履物	▲5.1	▲7.7	8.7	0.5	10.8	▲3.3	▲17.4	2.5	3.2
保健医療	▲6.8	2.2	15.5	▲11.0	0.5	▲4.0	3.1	▲5.7	5.1
交通・通信	0.5	▲2.7	▲2.3	17.4	▲2.8	3.3	16.0	▲25.0	14.3
教育	▲11.2	14.3	13.1	2.0	▲15.0	11.4	▲22.8	10.4	4.3
教養娯楽	▲0.6	▲6.9	6.0	11.1	0.3	▲1.1	▲5.8	3.5	9.1
その他の消費支出	1.2	▲4.5	5.9	1.3	4.7	▲6.5	2.4	0.7	17.0

(注1) 二人以上の世帯。総務省による季節調整値。

(注2) 「その他の消費支出」は名目金額指数（季節調整値）を、CPIの持家の帰属家賃を除く総合指数で実質化した値。

(注3) シェアは2021年の数値。

(出所) 総務省統計より大和総研作成

<sup>1</sup> 総務省による季節調整値、「その他の消費支出」の実質化は大和総研による。

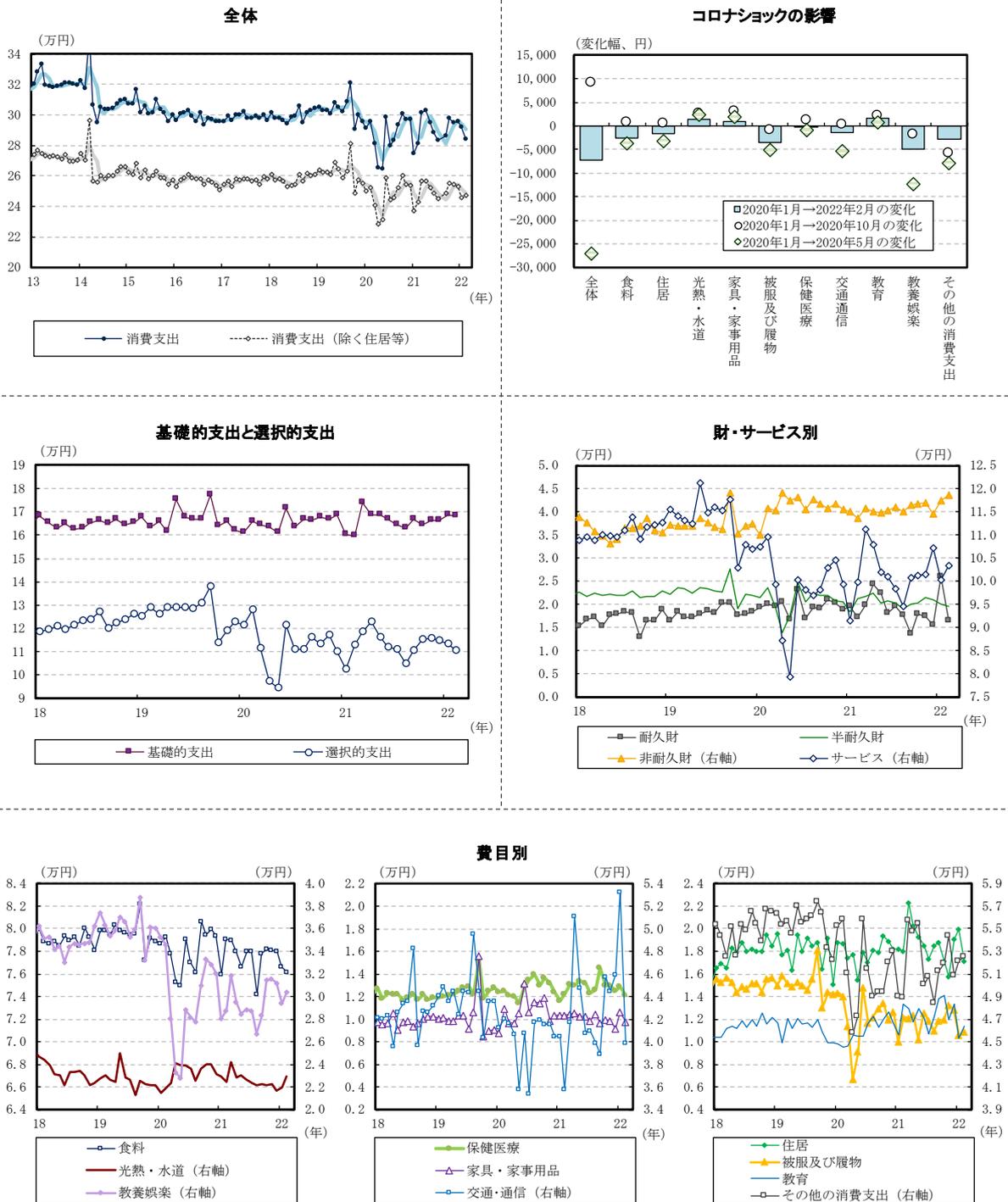
消費が拡大したのは「教育」（前月比+10.4%）、「教養娯楽」（同+3.5%）、「光熱・水道」（同+4.2%）である。「教育」は前月に大幅に落ち込んだ反動とみられる。品目別では高校補習教育・予備校などが押し上げた。「教養娯楽」ではテレビ、テレビゲーム機などの教養娯楽用耐久財や国内パック旅行費、月謝類などが増加した。パック旅行費は予約時に決済を完了していた場合、その月の支出に計上されるため、まん延防止の解除を見据えて予約が増加した可能性がある。なお、内閣府のV-RESASが公表している週次の宿泊者数データを確認すると、2月下旬に持ち直しの兆しが見られる<sup>2</sup>。

実質消費支出の内訳を見ると（大和総研による季節調整値）、基礎的支出は前月比▲0.4%、選択的支出は同▲2.5%となった（**図表3左中**）。感染拡大と天候不順の影響で消費が落ち込んだ。不要不急の外出が控えられたことにより、選択的消費の落ち込みが大きくなったとみられる。選択的消費支出の水準を見るとコロナショック前（2019年平均）を12.7%下回る。

財・サービス別に見ると（大和総研による季節調整値）、前月に大幅に増加した耐久財（前月比▲37.1%）が反動で減少し、半耐久財（同▲2.2%）も3カ月連続で減少した。他方、非耐久財（同+1.1%）、サービス（同+3.1%）は前月から増加した（**図表3右中**）。多くの地域でまん延防止が適用されていたものの、小売店・娯楽施設の人出を見ると、2月中旬を底に持ち直している。サービス消費はこれと連動する形で下旬にかけて回復傾向にあったとみられる。ただし、サービス消費の水準はコロナショック前（2019年平均）を8.6%下回る。

<sup>2</sup> 詳細は鈴木雄大郎・中村華奈子「[消費データブック（2022/4/4号）](#)」（2022年4月4日、大和総研レポート）を参照。

図表 3 : 実質消費支出 (季節調整値、2020年基準)



(注1) 二人以上の世帯。基礎的支出と選択的支出、財・サービス別支出は大和総研による季節調整値、それ以外は総務省による季節調整値。  
(注2) 「消費支出 (除く住居等)」は、消費支出から「住居」「自動車等購入」「贈与金」「仕送り金」を除いた数値。全体の図中の太線は3カ月移動平均。  
(注3) 「その他の消費支出」は名目金額指数 (季節調整値) を、CPIの生鮮食品及びエネルギーを除く総合指数で実質化した値。  
(注4) 各費目で個別に季節調整されているため、その合計は消費支出全体の季節調整値と一致しない。  
(出所) 総務省統計より大和総研作成

## ＜商業動態統計(供給側)＞まん延防止と天候不順により3カ月連続で減少

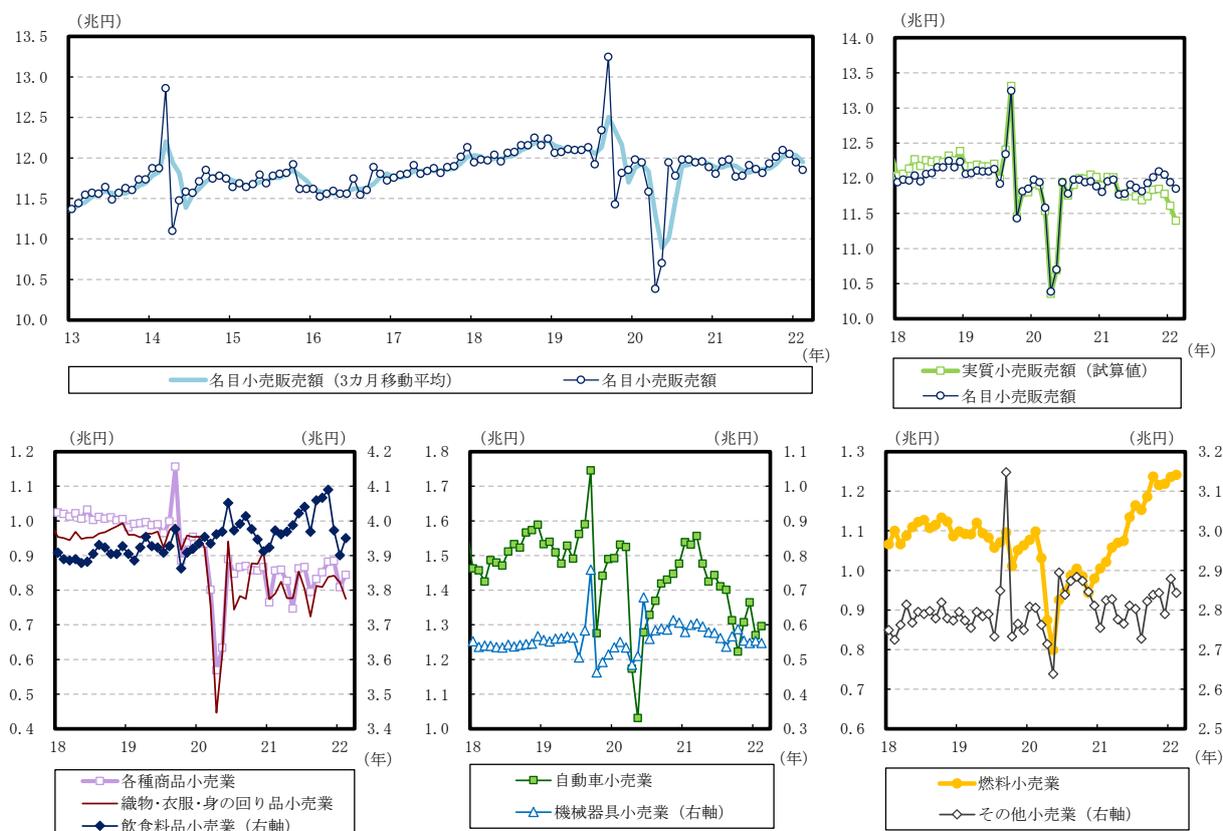
2022年2月の商業動態統計によると、名目小売販売額は前月比▲0.8%と3カ月連続で減少した(図表4、5)。CPIの財指数で実質化した小売販売額は同▲1.8%だった。経済産業省は基調判断を「横ばい傾向にある」で据え置いた。なお、1月確報公表時に季節調整の改定が実施された。

名目小売販売額を業種別に見ると、7業種中3業種が前月から減少した。「織物・衣服・身の回り品小売業」(前月比▲5.8%)や、ホームセンターなどを含む「その他小売業」(同▲1.2%)、「機械器具小売業」(同▲1.1%)が全体を押し下げた。いずれの業種もまん延防止の適用に加え、大雪などの天候要因によって客数が減少したことが響いたとみられる。

他方、コンビニを含む「飲食料品小売業」(前月比+1.3%)、百貨店や総合スーパーなどの「各種商品小売業」(同+4.4%)などは前月から増加した。また、資源価格の高騰を受け、「燃料小売業」(同+0.4%)も3カ月連続で増加した。「自動車小売業」(同+2.1%)は前月の大幅な減少から反発したものの、生産調整の影響を受け、低水準にとどまる。

CPIの財指数で実質化した小売販売額の推移を見ると、2021年12月から緩やかな減少基調にある(図表4右上)。

図表4：名目小売販売額(季節調整値)の推移



(注1) 経済産業省による季節調整値。各業種で個別に季節調整をかけているため、その合計は「小売業計」と一致しない。  
 (注2) 「小売業計」は「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。  
 (注3) 実質小売販売額は、名目小売販売額をCPI(2020年基準)の財指数で実質化したもの。  
 (出所) 経済産業省統計より大和総研作成

図表 5：小売販売額（業種別）の前月比変化率

前月比、%	2021年					2022年			シェア (%)
	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	
小売業計	▲0.4	▲0.4	1.0	0.7	0.7	▲0.4	▲0.9	▲0.8	100.0
各種商品小売業	0.4	▲8.3	4.7	2.3	3.6	0.2	▲8.6	4.4	6.9
織物・衣服・身の回り品小売業	▲5.9	▲9.8	12.2	▲0.5	3.6	0.4	▲2.2	▲5.8	5.7
飲食料品小売業	0.5	▲1.8	2.3	0.2	0.6	▲2.9	▲1.8	1.3	30.1
自動車小売業	▲2.2	▲0.7	▲6.3	▲6.9	7.0	4.4	▲7.0	2.1	11.3
機械器具小売業	▲2.7	▲4.4	5.5	3.7	▲5.7	▲1.2	1.2	▲1.1	6.7
燃料小売業	2.6	▲0.9	2.9	4.3	▲1.8	0.3	1.4	0.4	9.2
その他小売業	▲0.3	▲2.7	3.5	0.6	0.2	▲1.9	3.2	▲1.2	22.5

(注1) 経済産業省による季節調整値。

(注2) 「小売業計」は、「無店舗小売業」を含む。「その他小売業」は、「医薬品・化粧品小売業を含むその他小売業」。

(注3) シェアは、2021年の数値。「無店舗小売業」の系列が無い場合、各系列のシェアを合計しても100%にはならない。

(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

## ＜先行き＞まん延防止の全面解除で消費の回復が本格化へ

個社データや POS データ等を基に判断すると、2022 年 3 月の消費は 2 月から増加したとみている<sup>3</sup>。13 県に対するまん延防止が 3 月 6 日をもって解除された。ただし、地方圏が中心であったため回復は緩やかなものにとどまるとみられる。

財・サービス別に詳しく見ると、財消費については業種によってまちまちであった。耐久消費財について POS データを見ると、家電量販店では白物家電の販売が好調だった。また、3 月の新車販売台数は前月比+5.2%と 3 カ月ぶりに回復したものの、生産調整の影響が残存しており、そのペースは鈍いままである。主要都市でのまん延防止の適用が 21 日まで続いたものの、天候要因（大雪）が剥落したことで百貨店の売上高は前月から回復した。一方、スーパーやホームセンターではヘルスケア関連の販売が不調で前月から減少した。小売店・娯楽施設の人出を確認すると、2022 年に入り急落したが、2 月の中旬以降は持ち直している（p. 8）。これと連動する傾向にある外出・旅行・娯楽関連消費も回復したとみている。

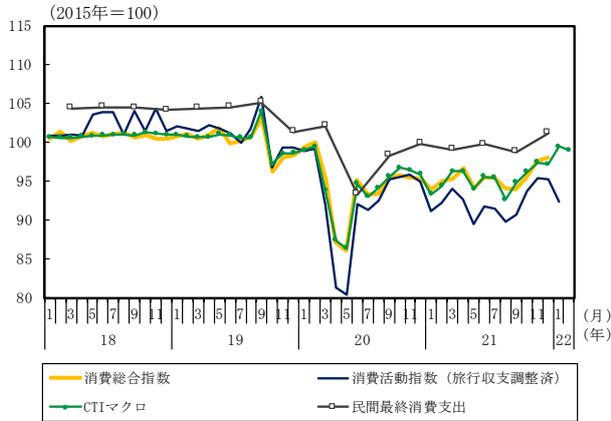
まん延防止は 3 月 21 日をもって全面解除された。それまで自粛傾向にあった、県をまたぐ移動は回復に向かい、宿泊や外出関連の消費も持ち直すことが期待される。サービス消費が牽引する形で消費の回復が本格化しよう。なお、足元では新規感染者数が増加傾向に転じている。感染の拡大が続き、再び経済活動を制限することになれば、サービス消費を中心に低迷することが予想される。感染状況を引き続き注視したい。

また、足元ではロシアによるウクライナ侵攻を受け、幅広い資源の価格が上昇あるいは高止まりしている。こうした影響により家計の節約志向が強まったり、消費マインドが悪化したりすることで消費が抑制される可能性には留意が必要だ。

<sup>3</sup> 詳細は脚注 2 のレポートを参照。

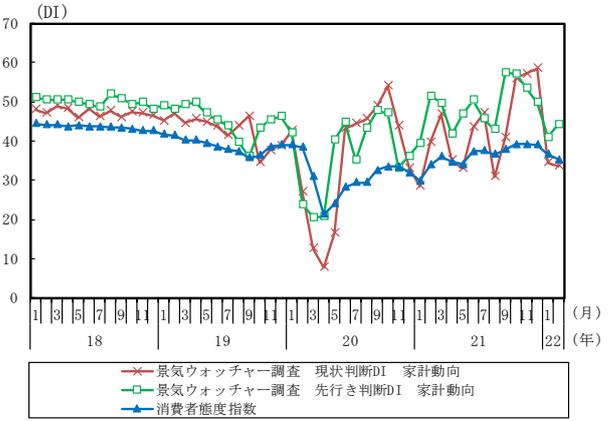
消費・概況

GDPベースの民間最終消費支出と各種消費指数



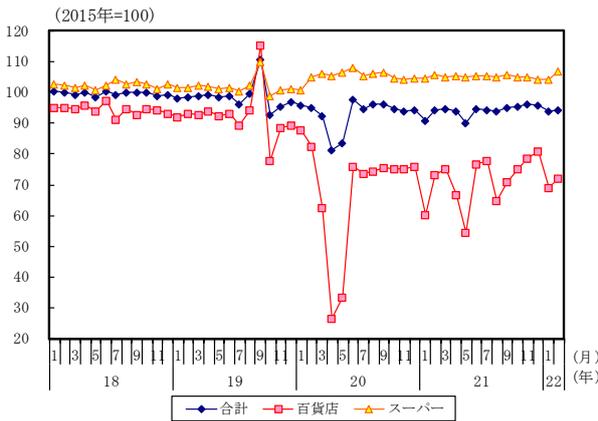
(出所) 内閣府、日本銀行、総務省統計より大和総研作成

消費者マインド



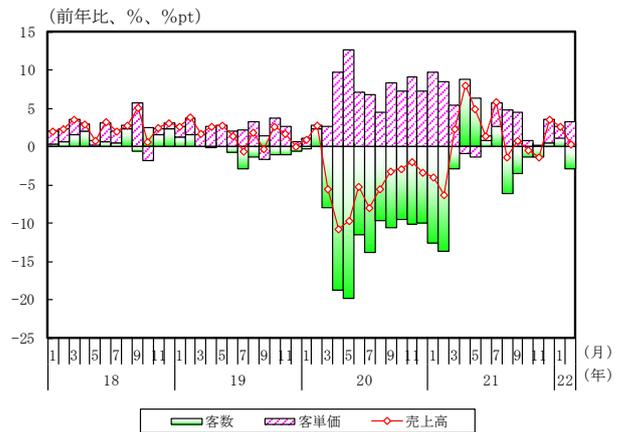
(注) 内閣府による季節調整値。  
(出所) 内閣府統計より大和総研作成

大型小売店業態別商品販売額



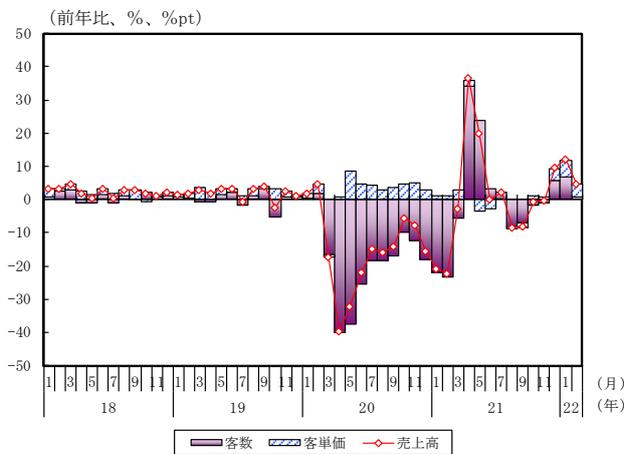
(出所) 経済産業省統計より大和総研作成

コンビニ売上高 (店舗数調整前)



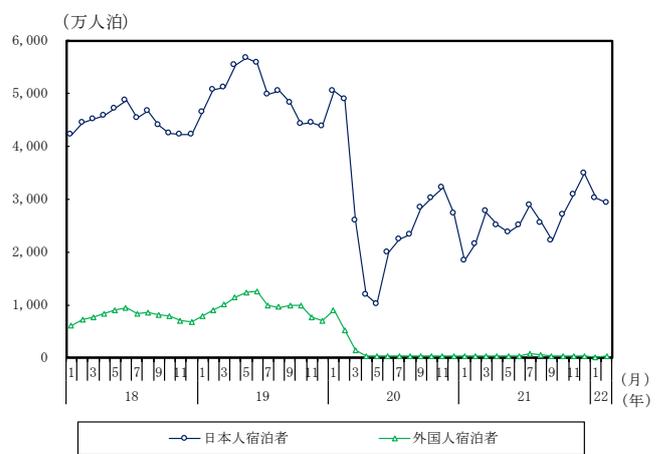
(出所) 日本フランチャイズチェーン協会統計より大和総研作成

外食市場売上高



(出所) 日本フードサービス協会統計より大和総研作成

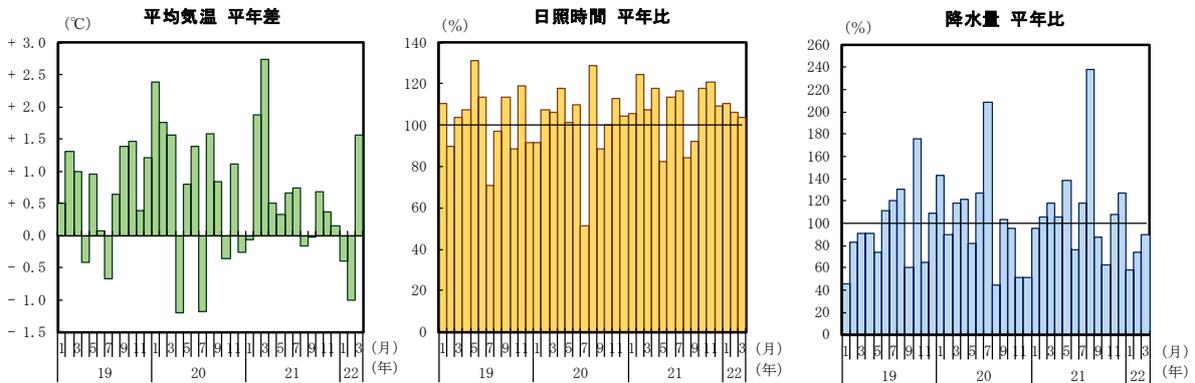
宿泊者数



(注) 大和総研による季節調整値。  
(出所) 観光庁統計より大和総研作成

天候

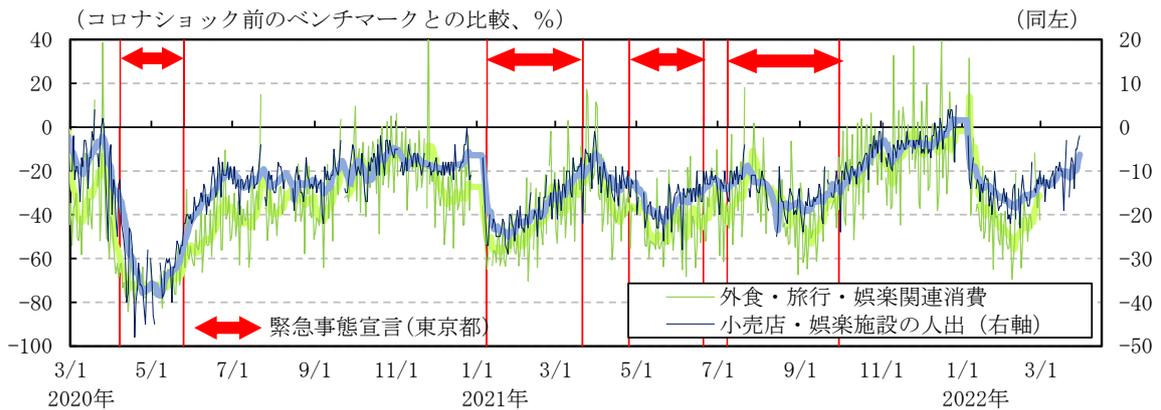
全国の平均気温・日照時間・降水量



(注) 東日本、西日本、北日本、沖縄・奄美のデータを2020年国勢調査の人口に加重平均したものの。  
 (出所) 総務省、気象庁統計より大和総研作成

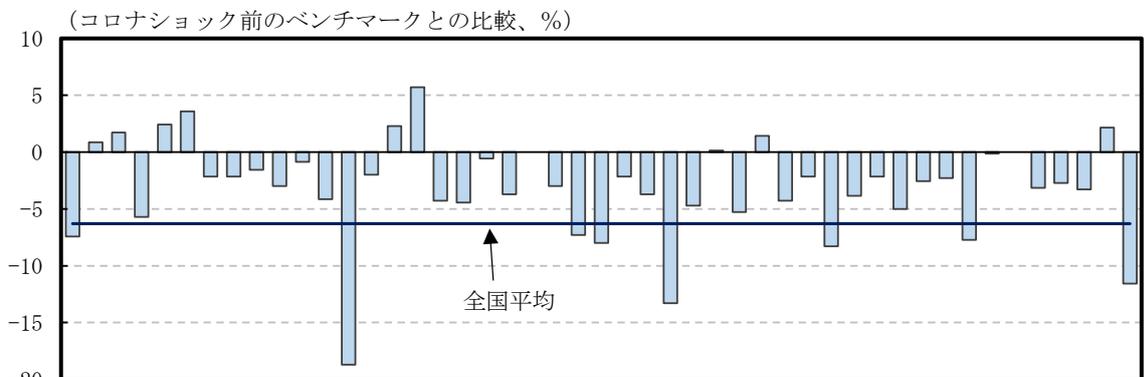
人出

小売店・娯楽施設の人出（直近値 3/30）と外食・旅行・娯楽関連消費



(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。太線は7日移動平均。外食・旅行・娯楽関連消費は「外食」「交通」「教養娯楽サービス」の合計値。月～金曜日の祝日とお盆、年末年始のデータは除いている。  
 (出所) 総務省統計、Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成

小売店・娯楽施設の人出（3/24～3/30 平均、都道府県別）



北青岩宮秋山福茨栃群埼千東神新富石福山長岐静愛三滋京大兵奈和鳥島岡広山徳香愛高福佐長熊大宮鹿沖海森手城田形島城木馬玉葉京奈湯山川井梨野阜岡知重賀都阪庫良歌取根山島口島川媛知岡賀崎本分崎児沖道

(注) ベンチマークは2020年1月3日から2月6日の曜日別中央値。  
 (出所) Google “COVID-19 Community Mobility Reports”、CEICより大和総研作成